

## МІЖНАРОДНІ ПРИНЦИПИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ НОВИХ КОНВЕРГЕНТНИХ МЕДІА



**НЕСТЕРЯК**

**Юрій**

**Васильович,**

кандидат філологічних наук, докторант кафедри інформаційної політики та технологій Національної академії державного управління при Президентіві України, м. Київ.

**Анотація:** у статті досліджуються міжнародні принципи нормативно-правового регулювання нових конвергентних медіа, аналізуються критерії відповідності нових комунікаційних послуг нормам діяльності медіа у новій екосистемі, положення та норми регулювання директивних органів країн розвинених демократій у сфері медіа, з врахуванням можливості їх використання для нормативно-правового регулювання вітчизняного ринку нових конвергентних медіа..

**Ключові слова:** нові конвергентні медіа, регуляторна політика, критерії відповідності медіа, правове регулювання ЗМК.

**УДК 351.751**

Зважаючи на те, що регулювання нових конвергентних медіа залишається серйозною проблемою для більшості держав світу, і України у тому числі, **постановка проблеми у загальному вигляді** та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями полягає у необхідності дослідження міжнародних принципів нормативно-правового регулювання нових конвергентних засобів масової комунікації (ЗМК); аналізу положень Директиви Європейського Парламенту та Ради Європейського Союзу про узгодження норм регулювання директивними органами у сфері медіа; аналізу критеріїв Ради Європи для визначення відповідності нових комунікаційних послуг нормам діяльності медіа у новій екосистемі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** підтверджує, що дослідженню конвергентних ЗМІ як нового медійного сегменту, що виник в результаті конвергенції і освоєння Інтернету професійними виробниками інформації, приділена серйозна увага відомих зарубіжних дослідників Т. Барра, М. Кастельса, Н. Крістенсена, К. Мьоллера, В. Руеттена, Т. Флоя, М. Хилінські, зокрема, російських – А. Амзіна, А. Качкасові, М. Лукіної, С. Машкової, Т. Тихомирової, І. Фомічової, О. Хоменка та багатьох інших.

Опису рівнів конвергенції медіа, визначенню ролі і функцій журналіста в конвергентній редакції, аналізу існуючої практики створення конвергентних медіа в Україні, визначенню перспективних напрямів подальших наукових розвідок присвячені дослідження вітчизняних медіаекспертів Н. Кур'яти-Стасів, Л. Панкратової, Д. Проценко, Д. Тупчієнка та інших.

**Метою статті** є аналіз міжнародного досвіду правового регулювання нових конвергентних медіа, виокремлення тенденцій та кращих практик, з врахуванням можливостей їх використання для нормативно-правового регулювання вітчизняного ринку нових конвергентних ЗМІ.

**Вклад основного матеріалу.** Новітні технології, подарувавши демократичному суспільству нові можливості та позитивно вплинувши на медійну екосистему, водночас, спровокували появу нових викликів, які необхідно вирішувати на законодавчому рівні. Пошуки таких рішень знайшли своє відображення, найперше, у Директиві Європейського Парламенту та Ради Європейського Союзу (2010/13/ЄС) від 10 березня 2010 року про узгодження певних положень, визначених законами, підзаконними актами та адміністративними положеннями у державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіапослуг [1]. У червні 2011 року Спеціальний доповідач Організації Об'єднаних Націй (ООН) з питань заохочення і захисту права на свободу переконань та їх вільне вираження, Представник Організації з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ) з питань свободи засобів масової інформації, Спеціальний доповідач з питань свободи вираження поглядів Організації американських держав (ОАД) та Спеціальний доповідач з питань свободи вираження поглядів та вільного доступу до інформації Африканської комісії з прав людини і народів (АКПЛН) підписали Спільну Декларацію про свободу

висловлювання поглядів та Інтернет, підкресливши визначальну роль Інтернету у наданні права голосу мільярдам людей у світі, суттєвого розширення можливостей отримувати інформацію, зміцнення плюралізму та забезпечення звітності [4, с. 85]. Комітет міністрів Ради Європи 21 вересня 2011 року прийняв Рекомендацію державам-учасникам про нове визначення медіа (CM/Rec(2011)7), у якій зазначено, що “розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їх застосування у засобах масової інформації призводять до істотних змін в медійній екосистемі, розуміння якої у широкому значенні охоплює усіх дійових осіб та чинники, взаємодія яких дозволяє медіа функціонувати та виконувати свою роль у суспільстві [2]”.

Міжнародні медіа-експерти зосередилися на широко використовуюваному терміні нових медіа – конвергентні ЗМІ (лат. *convergentis* – “той, що сходиться”) – асоци масової інформації, що поєднують в собі різні види контенту так само конвергентного, оскільки об’єднуються різні види мовлення: усне, писемне, а також аудіовізуальний матеріал, що поширюється як через сповіщення у реальному часі, так і шляхом надання запису на замовлення; при цьому важливою особливістю є те, що розповсюдження також відбувається через телекомунікаційні мережі з використанням нових технологій [5, с.42]. Завдяки стрімкому розвитку Інтернет-технологій споживачі мають можливість отримати доступ до електронних видань, які є не лише цифровими публікаціями традиційного друкованого ЗМІ; а натомість – електронними медіа з розширеними можливостями ілюстрування публікацій не тільки фото-, але й відео-матеріалами, додаванням інтерактивних сервісів для споживачів у вигляді коментування, опитування, додавання власних новин, публікацій, можливостями замовлення загальних чи тематичних інформаційних розсилок тощо. Разом з тим, є низка спільних характеристик, що дозволяють виокремити конвергентні медіа в окрему групу:

- аудіовізуальність поширюваної інформації;
- мережа Інтернет – спосіб доставки;
- регулярна оновлюваність та актуальність контенту;
- постійна назва та адресна прив’язка сервісу;
- мета діяльності полягає у наданні нового контенту до споживання;
- редакторський контроль.

У Директиві Європарламенту та Ради ЄС, зокрема, наголошено, що “у світлі новітніх технологій у сфері передачі аудіовізуальних медіапослуг нормативно-правова база у сфері здійснення телевізійного мовлення має враховувати вплив структурних змін, поширення інформаційних і комунікаційних технологій (ІКТ), технологічних розробок моделей ведення бізнесу, зокрема, фінансування комерційного телевізійного мовлення та забезпечувати оптимальні умови конкурентоспроможності та правової визначеності інформаційних технологій у Європі, її медіа-індустрій і медіапослуг, а також повагу до культурного і мовного розмаїття [1]”. Враховуючи те, що аудіовізуальні медіапослуги є як культурними, так і економічними послугами, їх постійно зростаюче значення для суспільства і демократії, зокрема у сфері забезпечення свободи інформації, різноманітності поглядів та медіа-плюралізму, освіти і культури; Рада ЄС вважає виправданим застосування спеціальних правил до цих послуг. Європейський парламент, у свою чергу, підтримав Конвенцію ЮНЕСКО про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження, у якій, зокрема, йдеться про те, що культурна діяльність, культурні товари та послуги мають як економічний, так і культурний характер, оскільки вони є носіями самобутності, цінностей і змісту і тому до них не можна ставитися як до чогось, що має тільки комерційну цінність.

Директива зобов’язує держави-члени ЄС запобігати будь-яким діям, що перешкоджають вільному руху та продажу телепрограм, або сприяють створенню ринкових переваг, що може призвести до обмеження плюралізму і свободи інформації на телебаченні та у інформаційному секторі в цілому. Водночас, Директива не впливає на відповідальність держав-членів ЄС та їх владні органи у питаннях організації, включаючи системи ліцензування, адміністративних дозволів і оподаткування, фінансування та контенту програм. Таким чином незалежність культурного розвитку

держав-членів ЄС та збереження культурного розмаїття в Євросоюзі залишаються у силі.

Рекомендація Ради Європи про нове визначення медіа, зокрема, зауважує, що “політика стосовно медіа має сповна враховувати існуючі та майбутні перетворення у визначенні поняття медіа, яке має належним чином відповідати плинній та багатомірній реальності. Тож усім дійовим особам – новим чи традиційним, – які діють у межах медійної екосистеми, слід запропонувати таку політичну базу, яка гарантуватиме належний рівень захисту та забезпечить чітке визначення їх обов’язків і відповідальності, відповідно до стандартів Ради Європи [2]”.

Комітет міністрів рекомендує державам-учасницям Ради Європи прийняти нове широке визначення медіа, яке охоплюватиме: усіх дійових осіб, залучених у виробництво та поширення; контент (наприклад, інформація, аналіз, коментар, думка, освіта, культура, мистецтво та розваги в текстовій, аудіо, візуальній, аудіовізуальній чи іншій формі) та прикладні програми, створені з метою сприяння інтерактивним засобам масової інформації (наприклад, соціальним мережам) чи іншим масштабним інтерактивним видам діяльності на основі контенту (наприклад, онлайн-відеоіграм), зберігаючи при цьому редакційний контроль чи нагляд над контентами.

Державам-членам Ради Європи також рекомендовано залучатися до діалогу з усіма дійовими особами у медійній екосистемі з метою ознайомлення їх з відповідною законодавчою базою, запрошення традиційних та нових медіа до обміну належними практиками та, при необхідності, до консультацій між ними задля формування інструментів саморегулювання, наприклад, кодексів поведінки, які враховують загальноприйняті медійні та журналістські стандарти; приймати стратегії поширення, формування і забезпечення належних рівнів надання публічних послуг, які гарантуватимуть достатній рівень плюралізму, урізноманітнення контенту та споживчого вибору та забезпечуватимуть моніторинг нових напрацювань.

У спільній Декларації про свободу висловлення поглядів та Інтернет наголошується на тому, “що принципи свободи висловлювання поглядів поширюються на Інтернет так само, як і на будь-які інші засоби комунікації. Обмеження свободи висловлювання поглядів в Інтернеті можливе тільки через невідповідність встановленим міжнародним нормам, у тому числі, передбачених законодавством і необхідних для захисту інтересів, визнаних в рамках міжнародного права [4, с. 87]”. Розроблені підходи до регулювання традиційних засобів масової комунікації не можуть автоматично застосовуватися до Інтернету, тож мають бути альтернативними, індивідуальними, адаптованими до його унікальних характеристик. Приділяючи велику увагу протизаконному контенту, визнано, що ніякі спеціальні обмеження не можуть застосовуватися щодо контенту матеріалів, розміщених в Інтернеті. Ефективним засобом реагування на шкідливі висловлювання може стати саморегулювання і має отримувати всіляку підтримку. Необхідно також підтримувати всіляку діяльність щодо підвищення поінформованості та участі кожної людини в автономному, самостійному та відповідальному користуванні Інтернетом (“Інтернет-грамотність”).

Примусове блокування веб-сайтів, IP-адрес, мережевих протоколів чи соціальних мереж є виключною мірою, аналогічною забороні видання газет або мовлення, і може бути виправданим тільки за відповідності таких дій міжнародним нормам (наприклад, захист дітей від шкідливого контенту). Обмеження доступу до Інтернету для всього населення або окремих його сегментів (відключення Інтернету) є нелегітимним у жодному випадку, навіть за необхідності збереження громадського порядку чи в інтересах національної безпеки. Будь-які інші заходи, що обмежують доступ до Інтернету (наприклад, запровадження обов’язкової реєстрації чи інших вимог до надавачів послуг) є незаконним, за винятком, якщо такі обмеження відповідають міжнародному праву щодо обмеження свободи висловлювання поглядів.

Про присутність небезпечного контенту у нових аудіовізуальних медіапослугах, що викликають стурбованість з боку законодавців, медіа-індустрії та батьків, йдеться й у Директиві Європарламенту та Ради ЄС (2010/13/ЄС) і наголошено на необхід-

ності правил, “які б захищали фізичний, психічний та моральний розвиток неповнолітніх, а також людську гідність в усіх аудіовізуальних медіапослугах [1]”. Водночас, такі заходи (наприклад, використання особистих ідентифікаційних номерів, систем фільтрування і маркування) мають бути ретельно збалансовані з основоположним правом на свободу висловлювання поглядів, визначеним Хартією основних прав Європейського Союзу.

Рекомендація Комітету міністрів державам-учасникам Ради Європи про нове визначення медіа (CM/Rec(2011)7), у свою чергу, декларує обґрунтовані та зважені підходи до регулювання медіа, “з огляду на їх великий вплив на суспільство та окремі права [2]”. Будучи формою втручання, будь-яке регулювання має відповідати головній меті – забезпеченню найвищої міри захисту свободи медіа та скеруванню їх обов’язків і відповідальності. Рекомендацією визначено шість критеріїв для визначення директивними органами у сфері медіа відповідності нової комунікаційної послуги визначенню та діяльності медіа у новій екосистемі. До кожного з критеріїв додаються показники, які мають дозволити встановити факт відповідності медіа, або ж розпізнати ознаки діяльності посередника чи допоміжної служби медійних послуг. Окремі показники (наприклад, професійних стандартів та стандартів медіа) асоціюються з кількома критеріями. Тож, загальноприйнятою рисою медіа є їхня роль у суспільстві, вплив на суспільство та означення демократичних процесів. “Результати такого аналізу слід враховувати при формуванні політики у сфері медіа та при градуванні її застосування, яке завжди має бути предметом застережень у вигляді суворой необхідності та мінімального втручання [2]”.

Критерій 1 – намір діяти як медіа визначають наступні показники: віднесення себе до медіа; типові для медіа методи роботи; зобов’язання витримувати професійні стандарти медіа; практична підготовка до діяльності в напрямку засобу масової інформації. Хоча намір і є важливим критерієм, сам по собі він недостатній для розгляду або ставлення до дійової особи чи будь-якої з її послуг та продуктів як до медіа. Критерій 2 – мета та основоположні цілі медіа включає в себе прикладні показники: виробництво, узагальнення та поширення медіа-контенту; експлуатація прикладних програм чи платформ, призначених сприяти інтерактивним ЗМІ (наприклад, соціальним мережам) та забезпечувати масштабну інтерактивну діяльність на основі контенту. Основоположними цілями (завданнями) медіа можна вважати поживлення та забезпечення простору для публічних дебатів і політичного діалогу, формування та вплив на громадську думку, пропагування цінностей, сприяння перевіркам та підвищенню прозорості і підзвітності, освіту, розваги, забезпечення культурного та художнього вираження, створення робочих місць, отримання доходів, або, найчастіше, поєднання всього зазначеного вище. Реальними показниками Критерій 3 – редакційний контроль є: редакційна політика, редакційний процес, модерація та редакційна колегія. Редакційна свобода або незалежність – суттєва вимога до медіа, що безпосередньо походить від свободи висловлювань, права на власну думку, отримання та передачу інформації, гарантованих статтею 10 Європейської конвенції з прав людини. З іншого боку – це власний редакційний контроль та нагляд над контентом, відповідальність за редакційні рішення. Критерій 4 – професійні стандарти містить у собі відповідні показники цих стандартів: зобов’язання, порядок дотримання, порядок розгляду скарг, утвердження прерогатив, прав або привілеїв. До прерогатив, прав і привілеїв, які можуть обстоюватися медіа та журналістами, і які повинні мати відповідне законодавче забезпечення належать: захист джерел інформації; вільне спілкування та захист від вилучення журналістських матеріалів; свобода пересувань та доступу до інформації; право на акредитацію; захист від порушення вимог законодавства про дискредитацію та дифамацію (наприклад, захист з огляду на правдивість та достовірність інформації, добросовісної роботи в інтересах громадян). Критерій 5 – охоплення аудиторії та поширення має такі важливі показники як: фактичне поширення; засоби масової інформації в сукупності; ресурси для охоплення аудиторії. Новітні технології, які роблять можливим нелінійне донесення контенту, на запит,

доступ на певних умовах, розгортання контенту, доставленого в електронному форматі, персоналізацію контенту або односпрямовану передачу, приносять новий вимір у цей термін та й у засоби масової інформації загалом. Насамкінець, Критерій 6 – очікування громадян здебільшого визначають відповідні показники: наявність; плюралізм та розмаїття; достовірність; повага до професійних та етичних стандартів; відповідальність та прозорість. Залежно від заявленої або усвідомлюваної мети, редакційної політики, моделі фінансування та впливу, варіюється і довіра громадян до медіа. Водночас, саморегулювання не завжди є достатнім, і громадяни звертають погляди до органів державної влади, які мають забезпечити мінімальні гарантії. Рівень та природа очікувань громадян може швидко змінюватися як щодо самих медіа, так і щодо ролі тих, хто визначає політику [2].

Відповідно до Директиви Європейського Парламенту та Ради Європейського Союзу (2010/13/ЄС) від 10 березня 2010 про аудіовізуальні медіапослуги (АВМП), правове регулювання нових медіа базується на поділі аудіовізуальних послуг на лінійні і нелінійні [ 1 ]. Лінійні (телевізійне мовлення) – це АВМП, що надаються провайдером медіапослуг для одночасного перегляду програм на основі програмного розкладу (сітки). Нелінійні (АВМП на замовлення) надаються провайдером для перегляду у момент, обраний споживачем за індивідуальним запитом на основі каталогу програм.

Виходячи із цілей регуляторної політики аудіовізуальних ЗМІ загалом: забезпечення плюралізму, пропагування конкурентного середовища, захист дітей від шкідливого контенту, пропагування культурних, моральних, релігійних та соціальних цінностей, тощо; у сфері регулювання нових конвергентних медіа варто враховувати специфіку Інтернету, на якому вони базуються, зокрема: транскордонність, активність користувача в отриманні інформації нових медіа, "хвилеподібність" у поширенні інформації, швидка зміна контенту тощо. Відповідно до Директиви ЄС про аудіовізуальні медіапослуги, визначено сім критеріїв, згідно з якими медіапослуга підлягає сфері регулювання нових медіа: 1) масовість поширення інформації; 2) аудіовізуальність контенту; 3) надання аудіовізуальних медіапослуг є господарською (комерційною) діяльністю; 4) надання програм для споживання є основною метою діяльності; 5) аудіовізуальні медіапослуги надаються з метою інформувати, розважати, навчати, здійснювати аудіовізуальну комерційну комунікацію; 6) наявність редакторського контролю; 7) аудіовізуальні медіапослуги надаються з використанням електронно-комунікаційних мереж. Не підлягають регулюванню як аудіовізуальні медіапослуги: електронні версії газет та журналів, приватне листування, випадкова поява відео на веб-сайтах, самостійні текстові послуги, приватні веб-сайти, генерований користувачами контент за інтересами, он-лайн ігри, розіграші, лотереї та інші подібні сервіси.

Метою будь-якої регуляторної політики, на переконання медіа-експертів проекту ОБСЄ "Сприяння Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення у формуванні практичних регуляторних підходів до нових аудіовізуальних медіа", є три аспекти [3, с. 23]:

- 1) реагування на вимоги суспільства (напр., релігійний чи етичний аспект тощо);
- 2) реагування на вимоги законодавця (законодавчий акт парламенту, міжнародна угода, державна концепція чи програма, указ президента тощо);
- 3) реагування на вимоги ринку (податкова або фіскальна політика держави, монопольне чи конкурентне середовище, розвиток нових технологій).

Тож усі регуляторні інструменти можливо систематизувати у три групи: ліцензування – коли регулятор оголошує конкурс на ліцензії і заявники за неї змагаються (наприклад, за критерієм – хто краще відповідає умовам ліцензії, тощо); реєстрація – коли регулятор встановлює конкретні критерії і, виходячи з відповідності чи невідповідності їм заявника, реєструє або не реєструє його (отже необхідно подати заяву і чекати на рішення регулятора); повідомлення – коли необхідно лише надіслати повідомлення про початок своєї діяльності регулятору і воно приймається автоматично, відмовити у отриманні повідомлення регулятор не може.

Аналіз законодавчої бази показує, що більшість країн-членів ОБСЄ вже застосовують систему попередньої реєстрації або повідомлення, що пояснюється запровадженням Директиви ЄС щодо аудіовізуальних медіапослуг в якості інтегральної частини свого національного законодавства. Така система може, з одного боку, допомогти в ідентифікації послуг, що підлягають регулюванню, особливо якщо вони стосуються нових учасників ринку; з іншого боку, – сприяти у застосуванні регулятором заходів впливу, полегшити контроль за дотриманням вимог законодавства і забезпеченням прозорості інформації про надавача послуг. Поставлення до відома регулятора шляхом повідомлення є менш суворим, ніж традиційне ліцензування, а отже – більш відповідним до принципів свободи вираження поглядів.

Наприклад, у Нідерландах регулятор CvdM запровадив систему онлайн-заявок для полегшення процесу поставлення до відома регулятора шляхом повідомлення. У Словенії учасники ринку зобов'язані повідомити регулятора АРЕК про початок своєї діяльності. Таке повідомлення має містити інформацію, необхідну для ідентифікації типу послуг і відповідної класифікації мовника. У Боснії і Герцеговині застосовано дворівневий підхід безкоштовної процедури реєстрації послуг відео-на-запит, а у Хорватії поставлення до відома регулятора поширюється також на електронні видання (Інтернет-портали). Їх реєстр містить електронні публікації, які надаються ЗМІ як зареєстрованими в країні суб'єктами господарської діяльності що мають головного редактора, виробляють та регулярно оновлюють контент і адресовані широкому колу читачів. У Німеччині для правової визначеності постачальник телемедіапослуг має право звернутися до компетентного представника регулятора для підтвердження, що надавана послуга не протирічить чинному законодавству. Франкомовний регулятор Бельгії (CSA) вимагає реєстрації всіх аудіовізуальних медіапослуг (АВМП), що підпадають під визначення відео-на-запит: під'єднане телебачення та його підвиди, програмне забезпечення для смартфонів і планшетів, веб-сайти газети з відеорозділом, послуга завантаження з метою володіння, веб-радіо. Проте, якщо ідентичні послуги надаються різними способами, мовнику необхідно повідомити регулятора лише один раз [3, с. 24-26].

У більшості країн-членів ОБСЄ нелінійні АВМП відео-на-запит зобов'язані зареєструватися у регулюючому органі. Так, у Люксембурзі мовники аудіовізуальних медіапослуг відео-на-запит мають повідомити Міністерство зв'язку, або подати заявку на отримання концесії від міністра зв'язку. У цій країні, а також у Франції та Іспанії вимагається ліцензія, якщо мовники використовують наземні частоти. Необхідно зареєструватися постачальникам послуг плати-за-перегляд (нелінійних послуг) у Болгарії. У ряді країн введена система спільного регулювання (співрегулювання). Приміром, у Фінляндії реєстрація мовників АВМП відео-на-запит проводиться Фінським Центром Медіаосвіти та Аудіовізуальних ЗМІ, який контролює надання аудіовізуальних послуг (класифікацію фільмів, захист неповнолітніх тощо) і, разом з тим, здійснює координацію та розвиток медіаосвіти національних ЗМІ. У 2011 році регулювання нелінійних АВМП відео-на-запит Ірландії делеговано регулятором самій медіа-галузі, представники якої створили для цього саморегулюючу організацію ODAS. Розроблений ODAS Добровільний кодекс поведінки передбачає, що мовники повідомляють міністра, або відповідного регулятора про свій намір надавати чи продовжувати надавати такі послуги, проте сама організація не зобов'язана звітувати регуляторові. У Великобританії створена система спільного регулювання, де мовники, якщо вони працюють з відео-на-запит, зобов'язані повідомляти недержавного співрегулятора ATVOD, який відповідає за встановлення термінів подання повідомлення, його отримання і управління процесом регулювання; у свою чергу, Ofkom відповідає за прийняття рішень по інших галузях та застосування санкцій [3, с. 27-29].

До країн, чие законодавство не регулює медіа-послуги відео-на запит належать Норвегія, Швейцарія, Азербайджан, Ізраїль. Не повністю включені до Директиви про аудіовізуальні медіа-послуги Польща, Македонія та Чорногорія; а законодавство Данії, Франції, Німеччини та Португалії, які застосовують Директиву про АВМП, не

містить жодних вимог щодо ліцензування шляхом повідомлення. У Канаді медіа-послуги, що надаються через Інтернет чи інші мобільні пристрої, не потребують отримання ліцензії регулятора, відповідно до положень базового Акту "Про сповіщення". Отже, за відсутності іншого спеціального законодавства, щодо нових медіа вимог реєстрації чи повідомлення також не передбачено; водночас, Актом передбачено, що послуги відео-на-замовлення можуть додатково надаватися тільки провайдером, які мають ліцензію регулятора надання базових послуг на певній території.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Питання регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації на сьогодні є надзвичайно актуальним як для учасників медіа-ринку, так і держави, з огляду на бурхливий розвиток інформаційних технологій та появи нових медіа. Тож інформаційна політика держави у нових умовах зобов'язана: забезпечити збереження національних інтересів; з огляду на транскордонність Інтернету, адекватно реагувати на переорієнтування фінансових потоків, водночас, не завдаючи шкоди учасникам медіа-ринку; вживати своєчасні заходи для захисту вразливих груп населення від потенційно шкідливого контенту, не перешкоджаючи при цьому реалізації права на свободу вираження.

Поряд із напрацюванням ефективних регуляторних механізмів не менш важливою, на думку вітчизняних експертів Д. Проценко та Д. Тупчієнка, є активізація популяризаційної роботи регулятора задля підвищення медіа-грамотності населення та продовження скоординованих дій разом з професійними учасниками ринку для напрацювання прогресивних механізмів саморегулювання [3, с. 45]. Для досягнення цієї мети, зважаючи на складності, що виникали і виникають при кваліфікації нових медіа, варто використати досвід інших країн у процесах реєстрації, повідомлення чи ліцензування конвергентних ЗМІ та запровадження механізмів відповідальності у разі порушень вимог до такої діяльності. Задля цього медіаспільноті разом із регулятором необхідно визначити: які нові аудіовізуально ЗМІ розвиваються і потребують регулювання, а які не повинні регулюватися в жодному випадку; у якій ситуації необхідні нові законодавчі акти, а коли достатньо саморегулювання.

Національний регулятор медіа-сфери є інструментом державної інформаційної політики, а отже – політики щодо регулювання нових конвергентних аудіовізуальних ЗМІ. Тож, проаналізувавши зарубіжний досвід, темою подальших подальших досліджень у розглянутій сфері може стати визначення цілей регулювання традиційних і нових медіа та аналіз регуляторних підходів країн розвинутої демократії, задля виокремлення того, що варто застосувати у вітчизняному медійному законодавстві.

#### **Література:**

1. Директива Європейського Парламенту та Ради Європи 2010/13/ЄС від 10 березня 2010 року про узгодження певних положень, визначених законами, підзаконними актами та адміністративними положеннями у державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіапослуг (Директива про аудіовізуальні медіа послуги) [Електронний ресурс] / Інститут Медіа Права. – Режим доступу: [http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws\\_international/157/](http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/157/)
2. Рекомендація Комітету міністрів державам-учасницям CM/Rec(2011)7 про нове визначення медіа[Електронний ресурс]. / Офіс Ради Європи в Україні. – Режим доступу: [http://coe.kiev.ua/docs/km/Rec\(2011\)7.htm](http://coe.kiev.ua/docs/km/Rec(2011)7.htm)
3. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід [Текст] / Д. Проценко, Д. Тупчієнко. – К., 2012. – 108 с.
4. Совместная декларация о свободе выражения мнения и Интернете [Текст]. / Совместные декларации представителей межправительственных органов по защите свободы СМИ и выражения мнения / ред. А.Улен. – Вена, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. – 111 с.
5. Flew T. New Media. An Introduction / T. Flew. – [2-nd ed.]. – Oxford University Press, 2005. – 280 с.